

FABRIKANTEN VAN GRAFISCHE PRODUCTIESYSTEMEN GEVEN KLANTEN NIET ALTIJD HET GOEDE GEVOEL

Laat de grafische sector bij technologische ontwikkelingen nu wel of niet het voortouw veel te veel over aan de fabrikanten en leveranciers?

Volgens een onlangs gepubliceerd onderzoek van de Europese vakorganisatie Intergraf is dit hoe dan ook het geval (GW 35, p. 7). De invloed van grafische productiebedrijven als drukkerijen en binderijen op de ontwikkelingen van nieuwe apparatuur of systemen bij fabrikanten zou volgens het door Ernst&Young gehouden onderzoek te verwaarlozen zijn. Als mogelijke oorzaak van de vermeende desinteresse bij grafische ondernemers wordt gesuggereerd dat fabrikanten niet of nauwelijks de indruk wekken naar signalen vanuit de markt te willen luisteren.

Al met al zijn het nogal stevige conclusies die uit het Intergraf onderzoek worden getrokken. Om een indruk te krijgen hoe over dit onderwerp in de eigen regio wordt gedacht, stond van 28 augustus tot en met 17 september de GW Poll op internet in het teken van de verhoudingen tussen fabrikanten van grafische productiesystemen en hun afnemers. In totaal brachten 39 bezoekers aan de GW-site hun stem uit. Slechts drie van hen waren van mening dat de fabrikanten te maken hebben met klanten die hoe dan ook niet de moeite nemen om hun specifieke wensen kenbaar te maken. Waaruit voor-

zichtig vastgesteld kan worden dat het wat betreft de doelgroep (de grafische ondernemers) niet aan hen ligt dat er te weinig naar ze wordt geluisterd.

Lijnrecht

De overige deelnemers staan redelijk verdeeld lijnrecht tegenover elkaar. Iets meer dan de helft van alle stemmers vindt namelijk dat fabrikanten van grafische systemen niet bepaald de indruk geven ideeën vanuit de markt op prijs te stellen. Deze deelnemers aan de GW Poll zitten dus op één lijn met hetgeen uit het Intergraf onderzoek naar voren is gekomen. Daar staat

daadwerkelijk tegenover dat 41 pct de mening is toegedaan dat fabrikanten wel degelijk openstaan voor suggesties van hun klanten. Dat is op zich best een goede score. Het valt trouwens aan te nemen dat fabrikanten en leveranciers in principe best wel bereid zijn om te luisteren naar specifieke ^{uit de markt.} wensen. Alleen wordt deze bereidheid kennelijk onvoldoende tentoongespreid. Daar ligt dus nog een dankbare marketing- en pr-taak voor de toeleveranciers.